

01

O que e quando as pessoas leem na internet

Transcrição

O primeiro mito da lista no [UX Myths](http://uxmyths.com) (<http://uxmyths.com>) é o que [as pessoas leem na web](http://uxmyths.com/post/647473628/myth-people-read-on-the-web) (<http://uxmyths.com/post/647473628/myth-people-read-on-the-web>). Será que ao entrarem em nosso site, as pessoas lerão tudo direitinho, linha a linha?

Um estudo do Jakob Nielsen, grande referência na área de usabilidade, afirma que as pessoas [leem apenas 20% do conteúdo de uma página](https://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read/) (<https://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read/>). Em outro estudo, com uso de *eye tracking* (rastreamento ocular), ele afirma que [conteúdos concisos, bem preparados, possuem desempenho 124% melhor](https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/) (<https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>) quando se trata de controle do usuário.

No livro *Don't Make Me Think*, o autor Steve Krug afirma que os usuários não leem na internet, apenas sondam o conteúdo. Mas quando eles de fato leem? Primeiro, quando encontram o que realmente estavam procurando, o que traz foco para a leitura. Segundo, quando a página está bem estruturada, o que facilita a sondagem do conteúdo.

Assim como os estudos apontam que a maioria dos usuários não lê na internet, há também uma minoria que lê a página inteira.

Mas, como faremos os usuários sondar melhor as páginas? Podemos usar cores nos textos, diferenciar um pouco o peso das fontes em alguns lugares e destacar alguns termos, que podem até ser utilizados como publicidade textual ou links para outros artigos.